

**ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA BISNIS ONLINE
PAKAIAN VICTORY FASHION 88**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Zaza Ayu Kurniawati
17.D1.0001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2021**

ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA BISNIS ONLINE PAKAIAN VICTORY FASHION 88

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna
Mencapai Gelar Sarjana (S1)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata



Disusun Oleh :

Zaza Ayu Kurniawati
17.D1.0001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zaza Ayu Kurniawati

NIM : 17.D1.0001

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Bisnis Pada Bisnis Online Pakaian Victory Fashion 88” adalah hasil penelitian saya sendiri dengan supervisi dosen pembimbing, dan bukan hasil plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang dijunjung tinggi.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Soegijapranata Semarang apabila di kemudian hari pernyataan ini dianggap tidak benar.

Semarang, 1 Mei 2021

Yang membuat pernyataan



Zaza Ayu Kurniawati



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir: : Analisis Strategi Bisnis Pada Bisnis Online Pakaian Victory Fashion 88
Diajukan oleh : Zaza Ayu Kurniawati
NIM : 17.D1.0001
Tanggal disetujui : 30 Juni 2021
Telah setuju oleh
Pembimbing : Drs. B. Junianto Wibowo M.S.M.
Penguji 1 : Dr. Ch. Yekti Prawihatmi S.E., M.Si.
Penguji 2 : Dr. J. Wijanto Hadipuro S.E., M.T.
Penguji 3 : Drs. B. Junianto Wibowo M.S.M.
Ketua Program Studi : Dr. Widuri Kurniasari S.E., M.Si.
Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=17.D1.0001

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zaza Ayu Kurniawati

NIM : 17.D1.0001

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Demi mengembangkan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonekslusive Royalty Free Right*) atas skripsi yang berjudul:

“Analisis Strategi Bisnis Pada Bisnis Online Pakaian Victory Fashion 88” .

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi di atas dengan mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada tanggal : 27 Juli 2021

Yang menyatakan



(Zaza Ayu Kurniawati)

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Tuhan Yang Maha Esa, peneliti panjatkan puji syukur karena skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Bisnis Pada Bisnis Online Pakaian Victory Fashion 88 " telah selesai disusun.

Skripsi ini diajukan sebagai tugas akhir yang bertujuan untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.

Pada kesempatan ini tak lupa peneliti mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dr. Ch. Yekti Prawihatni, M.SI
2. Drs. J. Wijanto Hadipuro, SE, MT
3. Drs. B. Junianto Wibowo, MSM

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi tercapainya kesempurnaan pada penelitian ini.

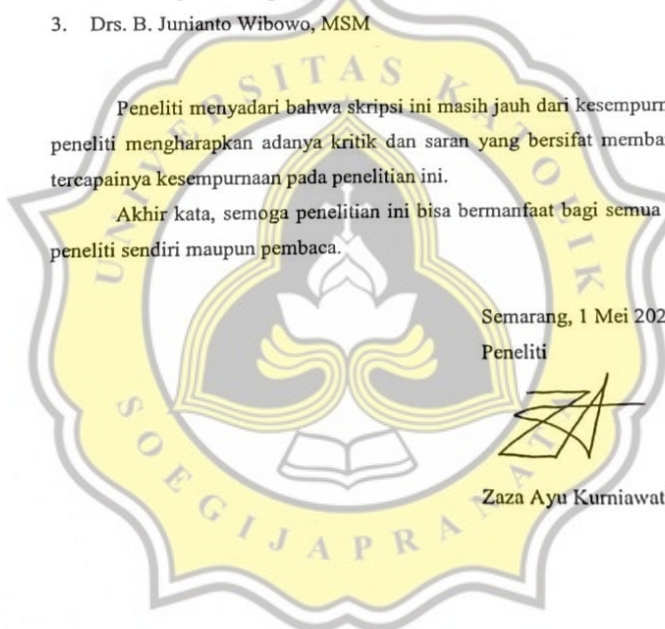
Akhir kata, semoga penelitian ini bisa bermanfaat bagi semua pihak baik peneliti sendiri maupun pembaca.

Semarang, 1 Mei 2021

Peneliti



Zaza Ayu Kurniawati



ABSTRAK

Victory Fashion 88 telah berdiri sejak tahun 2018. Sebagai salah satu bisnis online terpercaya, Victory Fashion 88 mengalami suatu permasalahan khususnya pada masa pandemi ini. Permasalahan yang dialami oleh Victory Fashion 88 adalah menurunnya jumlah konsumen dalam 5 bulan terakhir. Dengan adanya hal ini, maka diperlukan suatu strategi prioritas yang bisa digunakan untuk meningkatkan Kembali jumlah konsumen Victory Fashion 88. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi bisnis Victory Fashion 88.

Perumusan strategi bisnis dilakukan dengan menggunakan metode QSPM. Sampel dalam penelitian ini adalah 1 orang pemilik, 2 orang karyawan dan 20 pelanggan dari Victory Fashion 88 di Semarang. Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah wawancara dan pembagian kuesioner yang ditujukan kepada pihak internal dan eksternal perusahaan. Pengolahan data dari lapangan menggunakan matriks IFE, EFE, IE, SWOT dan QSPM.

Hasil penelitian menunjukkan adanya beberapa strategi yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut. Matriks IE menunjukkan bahwa Victory Fashion 88 berada pada sel V, dimana strategi yang tepat adalah strategi menjaga dan mempertahankan (*hold and maintain*) melalui penetrasi pasar dan pengembangan produk. Hasil analisis SWOT menghasilkan empat strategi alternatif dan akan dipilih dua strategi terbaik menggunakan analisis QSPM. Hasil analisis QSPM (1) Penetrasi pasar dengan cara meningkatkan strategi pemasaran melalui Tokopedia, Lazada, Zalora, Dana Bisnis, dan Linkaja Bisnis. (2) Pengembangan produk pakaian untuk laki-laki dan anak-anak dengan kualitas bahan yang baik dan harga terjangkau.

Kata Kunci: matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, analisis SWOT, analisis QSPM

ABSTRACT

Victory Fashion 88 has been established since 2018. As one of the most trusted online businesses, Victory Fashion 88 is experiencing a problem, especially during this pandemic. The problem experienced by Victory Fashion 88 is the decline in the number of consumers in the last 5 months. With this in mind, a priority strategy is needed that can be used to increase the number of Victory Fashion 88 consumers. The purpose of this research is to formulate a business strategy for Victory Fashion 88.

Business strategy formulation is done by using the QSPM method. The samples in this study were 1 owner, 2 employees and 20 customers from Victory Fashion 88 in Semarang. Data collection methods used in this study were interviews and distribution of questionnaires addressed to internal and external parties of the company. Data processing from the field uses IFE, EFE, IE, SWOT and QSPM matrices.

The results of the study indicate that there are several appropriate strategies to overcome these problems. The IE matrix shows that Victory Fashion 88 is in cell V, where the right strategy is a hold and maintain strategy through market penetration and product development. The results of the SWOT analysis produce four alternative strategies and the two best strategies will be selected using QSPM analysis. The results of the QSPM analysis (1) Market penetration by improving marketing strategies through Tokopedia, Lazada, Zalora, Business Funds, and Linkaja Bisnis. (2) Development of clothing products for men and children with good quality materials and affordable prices.

Keywords: *IFE matrix, EFE matrix, IE matrix, SWOT analysis, QSPM analysis*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
 BAB II LANDASAN TEORITIS	 7
2.1. Pengertian Strategi	7
2.2. Jenis – Jenis Strategi.....	7
2.3. Pengertian Bisnis	8
2.4. Pengertian Strategi Bisnis	9
2.5. Lingkungan Internal	9
2.6. Lingkungan Eksternal.....	11
2.7. Alat Analisis Strategi Bisnis.....	12
2.7.1. Matriks Evaluasi Faktor Internal (Matriks IFE)	12
2.7.2. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (Matriks EFE).....	13
2.7.3. Matriks Internal – Eksternal (Matriks IE).....	14
2.7.4. Matriks SWOT	15
2.7.5. Matriks QSPM (<i>Quantitive Strategic Planning Matrix</i>).....	16
2.8. Hasil Penelitian Terdahulu	17
2.9. Kerangka Pikir.....	18
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 22
3.1. Obyek Penelitian	22
3.2. Lokasi Penelitian	22
3.3. Populasi dan Sampel	22
3.4. Jenis dan Sumber Data	23
3.5. Metode Pengumpulan Data	23
3.6. Teknik Analisis Data	24
3.6.1. Analisis SWOT	24
3.6.2. Analisis QSPM.....	29

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Gambaran Umum Victory Fashion 88	32
4.2. Gambaran Umum Responden berdasarkan Jenis Kelamin, Usia dan Pekerjaan	32
4.3. Kekuatan dan Kelemahan Pesaing	34
4.4. Hasil Analisis Data	35
4.4.1. Tanggapan Responden terhadap Kekuatan Victory Fashion 88.....	35
4.4.3. Tanggapan Responden terhadap Peluang Victory Fashion 88.....	38
4.4.4. Tanggapan Responden terhadap Ancaman Victory Fashion 88.....	39
4.5. Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>).....	40
4.6. Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>).....	42
4.9. Analisis QSPM.....	47
 BAB V PENUTUP.....	 52
5.1. Kesimpulan.....	52
5.2. Saran	52
 DAFTAR PUSTAKA	 54
LAMPIRAN.....	56
HASIL PLAGSCAN.....	70

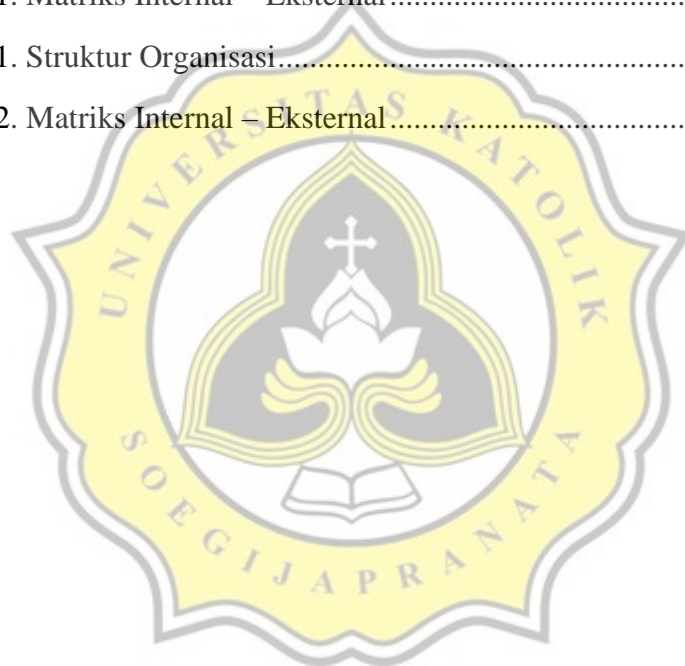


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1. Kategori Tanggapan Responden	25
Tabel 3.2. Matriks IFE	26
Tabel 3.3. Matriks EFE	27
Tabel 3.4. Matriks SWOT	29
Tabel 3.5. Matriks QSPM	31
Tabel 4.1. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia & Pekerjaan	33
Tabel 4.2. Kekuatan dan Kelemahan Pesaing	34
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Terhadap Kekuatan Victory Fashion 88	36
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Terhadap Kelemahan Victory Fashion 88	37
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Terhadap Peluang Victory Fashion 88	38
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Terhadap Ancaman Victory Fashion 88	39
Tabel 4.7. Rekap Pengisian Bobot Matriks IFE	40
Tabel 4.8. Matriks IFE	41
Tabel 4.9. Rekap Pengisian Bobot Matriks EFE	42
Tabel 4.10. Matriks EFE	43
Tabel 4.11. Matriks SWOT	46
Tabel 4.12. Matriks QSPM	48
Tabel 4.13. Hasil QSPM	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pertumbuhan Bisnis Pakaian di Indonesia	1
Gambar 1.2. Jumlah Konsumen Sebelum Adanya Pandemi.....	4
Gambar 1.3. Jumlah Konsumen Setelah Adanya Pandemi.....	4
Gambar 1.4. Perkembangan Penjualan Victory Fashion 88	5
Gambar 2.1. Matriks Internal – Eksternal.....	14
Gambar 2.2. Kerangka Pikir.....	18
Gambar 3.1. Matriks Internal – Eksternal.....	28
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	32
Gambar 4.2. Matriks Internal – Eksternal.....	44



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Pertanyaan dan Hasil Wawancara dengan Pihak Internal dan Eksternal.....	56
LAMPIRAN 2 Kuesioner untuk Pemilik dan Karyawan Victory Fashion 88.....	58
LAMPIRAN 3 Kuesioner untuk Pelanggan Victory Fashion 88.....	60
LAMPIRAN 4 Data Responden.....	61
LAMPIRAN 5 Jawaban Responden Pemilik dan Karyawan.....	62
LAMPIRAN 6 Jawaban Responden Pelanggan.....	63
LAMPIRAN 7 Daftar Pertanyaan Matriks IFE dan EFE untuk Pemilik dan Karyawan	64
LAMPIRAN 8 Rekapitulasi Perhitungan QSPM.....	68

